Il giudizio dei giovani brand selezionati da **Altaroma** e Ice Agenzia è positivo. Il **Progetto Showcase** li ha soddisfatti: da grande visibilità ma anche prestigio per essere accolti in un contenitore importante come è il MAXXI Il Museo nazionale delle arti del XXI secolo di Roma, progettato da Zaha Hadid, la grande architetto recentemente scomparsa. Non trascurabile è per loro la pubblicità, a costo zero, che la presenza nella manifestazione di Altaroma dà al brand. Buon movimento di giornalisti, scarsa presenza di buyer italiani; maggiore la presenza degli stranieri e ciò mette a fuoco l'importanza della presenza dell'Ice Agenzia nel progetto. Altro elemento positivo che ci hanno segnalato è la decisione di limitare a 10 ogni giorno il numero di presentazioni evitando di trasformare l'evento in una fiera: in questo modo è possibile dialogare con i visitatori e presentare con più partecipazione il prodotto.

Riteniamo importante la scelta di Altaroma, ma anche giudiziosa. Offrire una opportunità a brand con 10 anni di vita vuol dire "mettere in vetrina" un prodotto già definito nelle scelta stilistica, consolidato, spesso già presente sul mercato, anche internazionale, sicuramente quello orientale, mentre –così ci hanno assicurato- quello europeo è ancora fermo e si fa fatica a trovare spazio.

Da lodare ancora il lavoro di *scouting* che i vari enti moda stanno operando –anche attraverso i concorsi come*"Wo is on nexte?"*– , è interessante quanto si sta facendo per seguire il processo di maturazione dei brand giovani offrendo loro opportunità –facilitazioni economiche- per presentare le collezioni nelle varie manifestazioni italiane e talvolta all'estero. La maggior parte dei giovani presenti ad Altaroma sono passati da questo progetto che Altaroma e Vogue Italia portano avanti da anni.

Nel secondo giorno del progetto **Showcase** si fa notare nella Gioielleria il brand **Co.Ro**

capitanato da Costanza De Cecco e Giulia Giannini. Si tratta di una collezione realizzata inargento e bronzo placcato nelle varie colorazione dell'oro, pietre naturali e perle. Hanno una estetica pulita, discreta ed essenziale: le due designer sono architetti di formazione e danno perciò vita ad un bel prodotto, preciso nella struttura di sapore architettonico, ma leggero nella lavorazione, moderno e piacevole da indossare.

Per le borse segnaliamo **Pugnetti Parma**. Filippo Pugnetti si considera erede della tradizione dei maestri pellettieri di Parma, con la grande aspirazione di riscoprire tecniche artigianali dimenticate e insegnarle ad altri in bottega. Le linee della sua collezione sono semplici, i materiali sono morbidi ma sostenuti, tanto da mantenere la forma, anche nelle creazioni sviluppate in verticale.

Deludenti ci sono sembrate le collezioni di abbigliamento presentati in questo giorno.